



Tijdschrift voor Inkoop & Logistiek

# BENEFITS

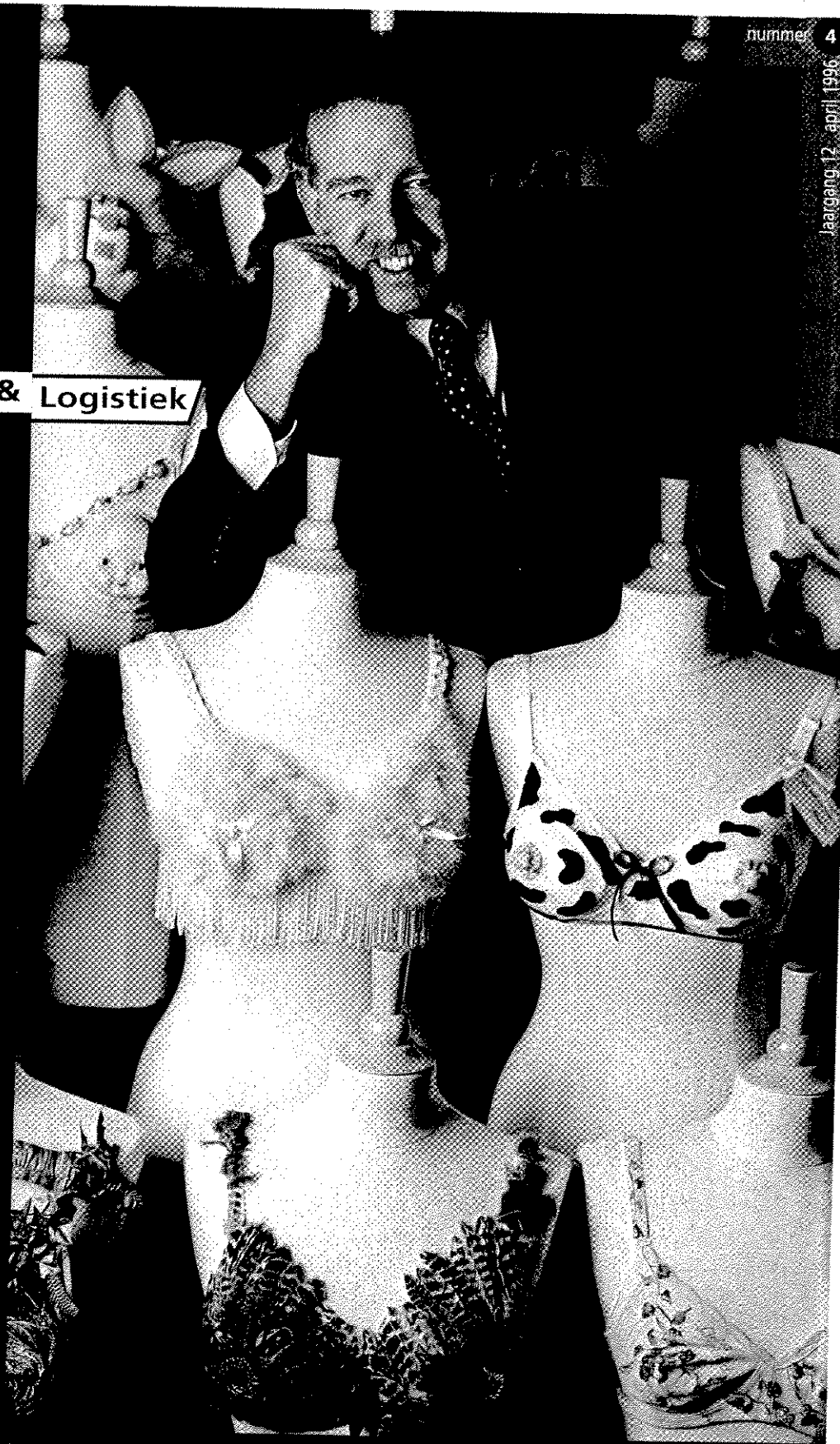
**Nieuw:**  
Elke maand de  
benefits van  
een abonnement

Het overzicht  
het CD-BOOK® of de  
'Wer liefert was?'  
boekenuitgave.



Deze maand biedt I&L  
u in samenwerking met  
de uitgeverij 'Wer liefert was?' exclusief de mogelijk-  
heid om het CD-BOOK® of de boekenuitgave  
voor f 46,- korting te bestellen. Kijk voor meer  
informatie in deze I&L.

**Meelezer? Nog geen  
abonnee? Bel 0172-466855**



*koper van het jaar:*

# Arnold Perizonius an Hunkemöller

Jan Telgen is partner bij Coopers & Lybrand en buitengewoon hoogleraar Besliskunde en Inkoopmanagement aan de Universiteit Twente



## Eén voor allen of ieder voor zich?

Als een vak in de lift zit zoals Inkoop nu, dan merk je dat aan veel dingen. Naast de extra aandacht in de media en op seminars is ook in de dagelijkse praktijk van bedrijven en overheidsorganisaties deze trend te onderkennen: steeds meer mensen bemoeien zich actief met hun eigen inkoop. Allerlei specialisten op deelreinen (bv. inzake IT of technologie) of op delen van het inkoopproces (bv. juristen inzake EU-aanbestedingen of strategen bij samenwerking met leveranciers) treden steeds dominanter naar voren op inkoopgebied. We hebben dat mede zelf opgeroepen: door steeds maar te verkondigen dat Inkoop heel belangrijk is en dat er erg veel geld in omgaat, hebben we de ogen van anderen geopend. Ook inkopers hebben bijgedragen aan de verspreiding van de inkoopfunctie door de onderneming; ze hebben een stuk bestelwerk aan de eindgebruikers doorgegeven. Maar die zien niet altijd even duidelijk het verschil tussen een bestelling en een straight rebuy of (op termijn) een 'modified rebuy' en hebben dus de neiging hun activiteiten uit te breiden naar de initiële kant van de inkoop.

Op het eerste gezicht lijkt dat een stap terug: voor een professionele inkoop zijn toch professionele inkopers nodig? En als iedereen zijn eigen gang maar gaat (ongetwijfeld met de beste bedoelingen, maar toch...) waar komen we dan terecht? Dan missen we toch coördinatie, eenduidigheid en schaalvoordelen? Is dat niet een droom voor iedere verkoper: 'back door selling' in optima forma? Zouden we de inkoop niet veeleer moeten centraliseren? Dergelijke reacties passen bij een inkoper die niet met de veranderingen in de maatschappij meegaat. Die veranderingen stellen andere eisen aan een inkoper. *Het gaat er tenslotte om dat er goed ingekocht wordt en niet om wie er inkoopt.* Slechts als en voor zover een inkoopafdeling vanuit die gedachte een rol kan spelen, bewijst zij haar bestaansrecht.

Wat betekent dat voor een inkoper? Hij of zij zal moeten leren leven met het feit dat ook anderen in de organisatie inkopen; sterker nog hij zal moeten helpen om te zorgen dat die anderen dat steeds beter kunnen doen. Om anderen te helpen jouw huidige werk zelf uit te voeren is dat steeds beter kunnen doen. Om anderen te helpen jouw huidige werk zelf uit te voeren is zoiets als meehelpen je eigen baan overbodig te maken. Dat vergt nogal wat van de inkoper! In plaats van het uitvoeren van taken voor anderen zal hij zich meer moeten toelleggen op het begeleiden en coachen van anderen, het coördineren van de activiteiten van verschillende anderen en het herkennen van mogelijkheden om strategische voordelen voor de onderneming of organisatie te behalen. Dat vereist wel vakspecialisten die niet alleen hun vak goed beheersen, maar het ook nog kunnen uitdagen.

Die ontwikkelingen zullen morgen nog niet meteen ons dagelijks werk veranderen, maar het gaat wel gebeuren. Je kunt je ogen er niet voor sluiten en het ontkennen of hopen dat het wel overgaat. Het is als met zoveel ontwikkelingen; 'if you're faced with a steamrolling development, you either exploit it or become part of het road'.

Jan Telgen